

# **INNOVACIÓN Y DISEÑO EN LA INDUSTRIA DE MENDOZA. ANÁLISIS DE CASOS**

Laura V. Braconi de Catania

Este trabajo se enmarca en el Proyecto de Investigación “Innovación y Diseño en la Industria Mendocina. Análisis de casos de objetos de uso cotidiano (1930-1950)”. El mismo tiene como propósito general conocer y analizar el proceso de cambio tecnológico, en particular en la innovación y el diseño, en el período comprendido entre las décadas de 1930 y 1950. Asimismo observar e indagar aspectos socioculturales que pueden haber influido en la generación de nuevos objetos de uso.

En particular, la propuesta de este trabajo es revisar algunos ejemplos importantes de la industria a lo largo de la historia, desde la mirada del diseño industrial e intentando ver cuando aparece el diseño industrial en el país.

Para lo cual, es necesario observar el comportamiento del sector industrial en el país y en Mendoza, sufriendo diferentes cambios, influenciado por el contexto local e internacional tanto a nivel social, económico como político. El foco se centra en objetos de uso cotidiano, que dieron respuestas a necesidades sociales en un marco determinado por diferentes situaciones. En este contexto, el diseño industrial aparece como cualquier otra actividad proyectual más, desempeñando un rol orientado a producir cambios e innovaciones en la industria.

Este trabajo pretende entonces, dar una mirada a esos objetos que forman parte de nuestro pasado, que fueron relevantes en su momento de aparición en la sociedad. Sin embargo, la innovación es un aspecto de escaso reconocimiento en la industria argentina. A pesar de ello, los cambios se producen y son factibles de alcanzar, con o sin tecnología y con la determinación del capital humano como factor relevante, importando también el rol de Estado, con políticas públicas que fomenten estas actividades innovativas.

## **Algunos conceptos básicos sobre innovación**

Varios autores sostienen que la innovación es un proceso complejo e interactivo en el que se evidencia su carácter social. Es necesario comprender que la innovación está asociada ya sea “a cambios en la manera de hacer ciertas cosas, ya sea asociada a cambios en las cosas mismas” (Sutz, 2002, p25).

Por lo que, el concepto de innovación se vincula con la idea de novedad o cambio, pero es importante que tanto novedad como cambio, debe ser de cierta relevancia para que sea considerada una innovación.

Existen varias caracterizaciones del concepto, tal vez la más antigua es la propuesta por Schumpeter, que es introducir un producto nuevo, (o método, o material u organización) al mercado. Sin embargo, otras descripciones aportan a la caracterización de la innovación, como que la innovación es solución de problemas e implica un cambio de rutinas. Es decir, que al innovar se induce “a través del cambio de rutinas, cambios en el conocimiento acumulado por la organización, es decir, en los conocimientos y el aprendizaje de quienes la integran” (Sutz, 2002, p30).

Si se observa el comportamiento industrial de la Argentina y de Mendoza, siempre han existido cambios determinados por el contexto local e internacional desde lo político, lo social, lo económico. Por lo cual, se sugiere una mirada a este contexto para comprender cómo los objetos que conformaron el entorno cotidiano, dieron respuestas a necesidades sociales.

## **Contexto nacional**

Durante la primera parte del proceso ISI (Industrialización por Sustitución de Importaciones) de 1930 a 1945, la industria se centra principalmente en Buenos Aires. Produce bienes de consumo, metalurgia e insumos para la construcción, siendo así el principal factor de desarrollo la industria metalmeccánica y dando avances vertiginosos en la industria manufacturera. Sin desconocer el crecimiento agropecuario, sobre todo en la Pampa Húmeda y la producción de carne.

La Segunda Guerra Mundial, también afectó al país y como consecuencia de ella, la economía adquiere otro carácter. Se fortalece el rol estatal, constituyéndose en el motor principal con el aporte de capital nacional, con una posición intervencionista en la producción. El Estado protegía las industrias existentes e “involucraba nuevas actividades orientadas al mercado interno y a la exportación” (Belini, 2009, p23). Así se inicia una etapa de crecimiento de las exportaciones y con ello, un proceso de “profundización de la industrialización” (Samar, 2004, p193), es decir, que las empresas estatales se desarrollan y principalmente aquellas de origen militar.

## **Veamos que sucedió en la provincia en este período...**

Mendoza hasta este momento, se caracterizaba por su producción en monocultivo (la vitivinicultura) y de gran crecimiento para la provincia especialmente entre los años 1925 y 1937. A partir del proceso ISI a nivel nacional, Mendoza se suma al proyecto nacional, a través del cual se inicia un proceso de diversificación industrial sustentado en la vitivinicultura y en la fruticultura.

El gobierno provincial intenta estimular el mercado interno, para lo cual, genera políticas que fomenten la elaboración propia, derivados de la industria vitivinícola o de la industria hortícola, pero dando lugar a nuevos emprendimientos. Para ello, existen exenciones impositivas, primas de beneficio, para todas aquellas actividades nuevas que quisieran instalarse en Mendoza. Esta primera instalación y modernización existió con la participación constante del Estado. Así desde el órgano estatal se sentó un precedente sobre el futuro proceso de diversificación industrial en la provincia.

Como consecuencia de estos beneficios se instalan en Mendoza, fábricas de fósforos, de jabones, de conservas, de alimentos, de cemento y derivados de la industria olivera. Avanza vertiginosamente la industria manufacturera y la industria liviana, productora de bienes no durables, logrando salir del esquema de monocultivo.

La vitivinicultura favoreció el surgimiento y el desarrollo de otras actividades asociadas con el nuevo modelo socio-económico. Estas actividades en comparación con el vino fueron algo difusas. Sin embargo, se destacaron aquellas empresas que generaron bienes para la industria vitivinícola, como la industria metalúrgica -fabricantes de máquinas y equipos para bodegas-.

Se destacaron ya desde fines de siglo XIX algunos talleres como Berri, Pescarmona, Ronchietto, Ruselle, Baldé y Miret, Ramonot, por citar los más reconocidos por la sociedad de estos años.

## **RAMONOT, la motocicleta**

Pablo Ramonot, de origen francés, llega a la provincia a fines del siglo XIX, instalándose en el departamento de San Martín<sup>1</sup> con la intención de dedicarse a la vitivinicultura que posteriormente, “intensificó sus labores en la metalurgia” (Pérez Romagnoli, 2005, p124).

---

<sup>1</sup> San Martín, localidad situada a 30km de la ciudad capital.

Por ese entonces, San Martín se constituye en un centro muy importante, por la llegada del ferrocarril y por la instalación en ese lugar de sus talleres.

Ramonot, sobre la base de sus conocimientos adquiridos en Francia, en donde “se formó como metalúrgico en una importante fábrica de motores, locomotoras, material ferroviario y trilladoras” (Pérez Romagnoli, 2005, p114) dio inicio a un negocio que parecía promisorio. Comenzó con un emprendimiento de reparación de máquinas agrícolas hasta constituirse en la primer fábrica de arados de la región y única por algunos años. La particularidad de estas piezas, es el predominio del metal en estas herramientas, sumado al uso de madera dura. Posteriormente, por la necesidad de movilidad de los habitantes de la zona, incorporó carros y carruajes para el traslado de personas y el transporte de uva y vasijas vinarias.

Este empresario se posicionó en la región, llegando a vender sus equipos a San Juan y a Córdoba, a través del ferrocarril. Sin embargo, esta empresa dejó de funcionar temporalmente luego de un incendio accidental en el establecimiento. Como consecuencia de ello, decide cambiar y con la participación de sus hijos, comienzan a producir motocicletas.

SIMA (Sociedad Industrial Motocicletas Argentina) fue la empresa que constituyó la familia Ramonot, instalada en Palmira-San Martín. Esta fue “la primera fábrica de motocicletas de Argentina y probablemente de América del Sur, sin intervención de tecnología y capitales extranjeros” (Pérez Romagnoli, 2005, p126). Esta motocicleta (fig 1) es prácticamente desconocida a nivel latinoamericano y debe ser considerada como la primera moto de fabricación en serie.

Las primeras motos, se conocieron con su nombre y aparecieron en el año 1924. Esta moto no tenía caja de velocidad, ni embrague y la tracción era por polea. Así, tan sencilla, esta moto fue muy codiciada en los años '30, teniendo su máximo esplendor en 1937 y siguiendo “su producción hasta la década del 60” (Diario Uno, setiembre, 2007) en el mercado local.

En la organización interna de esta empresa, se reestructuró y se reconvirtió el poco equipamiento que sobrevivió al incendio, para poder encarar el proyecto de fabricación de motocicletas. Es importante mencionar, que esta empresa llegó a posicionarse no sólo a nivel local sino que también fue reconocida en Buenos Aires. Además llegó a contar con alrededor de 100 empleados, entre personal administrativo, vendedores y operarios.

Varias empresas mendocinas adquirieron estas motocicletas para utilizarlas como vehículos de trabajo, entre ellos, el “Diario Los Andes”. Paralelamente la empresa disponía de cierta cantidad de motos que alquilaban por hora a la gente del lugar.

Las “Ramonot” fueron utilizadas en competición y para ellas, se creó una categoría de 100cc. Estas motos alcanzaban una velocidad máxima de 100km/h y las carreras se realizaban en la ciudad hasta avanzados los años 40.

### **¿De qué manera incide la innovación en esta empresa?**

A las caracterizaciones presentadas, se le suman a la innovación tres atributos: “es contexto-dependiente, depende de esfuerzos creativos y genera cambios posteriores”. (Kelly *et al.* 1990, citado en Sutz, 2002, p.31).

Es contexto-dependiente porque se plasma en la necesidad de dar respuesta social en una determinada época de Mendoza o se visualiza una oportunidad latente, o ambas situaciones a la vez. Ramonot, logra hacer el salto de acuerdo a la necesidad de la sociedad y también ante una oportunidad real.

La innovación depende de los esfuerzos creativos, es decir, que se vinculan con la novedad, son necesarios para provocar un cambio y para ello, es necesario un trabajo creativo. También se puede visualizar ante el cambio de material, inicialmente en sus arados como en la misma motocicleta. Es decir, que fue necesario un cambio en la fábrica, que generó cambios posteriores, que en cierta manera los encauza a nuevas organizaciones para satisfacer la demanda o la oportunidad.

En la búsqueda del inicio del diseño como actividad proyectual, por esos años, década del 30, el diseño transita por otros carriles, sin acercarse a la industria surgiendo en Argentina más ligado a sectores vinculados al arte y a la arquitectura.

Un hito del diseño argentino y que es considerado como el que marca el inicio del diseño en este país, es el sillón BKF (Bonet, Kurchan, Ferrari), llamado inicialmente "sillón Austral" (Blanco, 2005, p18) realizado en 1938 por arquitectos argentinos y que obtiene distinciones a nivel internacional.

En los años 50 comienzan a aparecer algunas piezas de diseño con mayor frecuencia y que tienen gran difusión. Estas pertenecen a empresas como la Compañía Argentina de Electricidad (CADE) que fabrican lámparas, también se destacan muebles de empresas como Atelier o Interieur Forma, que por ejemplo importaba diseño extranjero de Estados Unidos como la línea Knoll. Empresas como Harpa o Six, quienes marcaron el camino del diseño en equipamiento. En particular la empresa Six comercializó equipamiento y otros objetos producidos por diseñadores argentinos. Esta empresa comenzó a comercializar fines de la década del 50, la vajilla de la arquitecta Colette Boccara, llamada Colbo (fig 2).

La propuesta de estas empresas, si bien tienen una fuerte influencia del "arte concreto", lo que plantean es la factibilidad de su producción, relación entre tecnología y forma, funcionalidad y un nuevo lenguaje formal, básicamente algo que en la ciudad de Buenos Aires no era común por esa época.

Así el diseño industrial comienza a reflejarse tímidamente en algunos productos de uso cotidiano, demostrando que los mismos pueden ser diferentes, resolviendo situaciones o problemas determinados.

A fines de esta década (1950), la situación en el país va cambiando, producto de la crisis que se incrementa, provoca la dificultad para importar, el deterioro de las maquinarias y la falta de infraestructura adecuada para implementar procesos de producción más avanzados. Esta situación lleva a producir nuevamente un cambio en la economía, abriéndose nuevamente al mundo y desemboca en la instalación de filiales transnacionales en el país que se dedican principalmente a la industria metalmecánica y petroquímica y sus acciones se centran en abastecer a mercado interno. Estas empresas que desempeñan un rol importante marcan un acelerado proceso de desarrollo tecnológico, que se basa en la incorporación de tecnologías de los países desarrollados con significativas adaptaciones locales.

En este sentido, también se debe rescatar ese proceso de adaptación, ya que "implica la introducción de innovaciones en un producto o en un mecanismo dado" (Marí y Thomas, 2000, p108). De este modo con la incorporación de las transnacionales, como un nuevo actor económico, provoca que el proceso ISI comience a hacerse más complejo, extendiéndose en la Argentina hasta mediados de los años 70. Es complejo porque se introduce nueva tecnología, con la existencia del riesgo que avasallaran el mercado y se revirtiese el proceso iniciado por la industria en el período anterior.

En esta época, la situación en la provincia de Mendoza, también cambia como consecuencia de la crisis que se incrementa. Al producirse la apertura de la economía a nivel nacional, la provincia también recibe este flujo de capitales extranjeros.

Son casi dos décadas de muchos cambios políticos, donde el Estado tuvo intervención, como ente regulador. La vitivinicultura, a pesar de sus altibajos seguía siendo la principal fuente de desarrollo, pero se consolidan otras empresas ya instaladas. Así se pueden organizar en dos grandes grupos por importancia, el primero: alimentos, bebidas, textil, madera, muebles y cuero. El segundo: industrias químicas, minerales (metálicos y no metálicos).

Esta etapa fue muy importante y ligada al desarrollo energético (Los Nihuiles), impulsando la industria semipesada, como ferroaleaciones y petróleo. Llegó a ser a fines de la década del 60 la principal productora de petróleo del país. Empresas que se instalan en Mendoza son el grupo Bunge y Born, Molinos Ríos de la Plata, Duperial, entre otras.

En este contexto surge cerámicas **Colbo**, cuya promotora y titular de esta empresa fue la Arquitecta y Ceramista Colette Boccara, egresada de la Facultad de Artes de la UNCuyo, quien comienza a producir diferentes piezas en gres cerámico en el año 1954.

Produjo piezas en cerámica roja, como revestimientos, objetos utilitarios y juegos de vajillas, que por cierto, es por lo que más se la recuerda. Sus productos tuvieron una gran calidad en cuanto a lo formal, ya que se destacaron por su expresividad en la época que apareció. Estos objetos no sólo contaban con calidad estética, sino también que se destacaban por su gran resistencia al impacto mecánico y térmico. Boccara estaba profundamente comprometida con la relación forma-función, relación que se observa en sus piezas.

Estas piezas se conocieron y se comercializaron en diferentes ciudades como La Plata, Rosario, Córdoba, Tucumán y también se exportaron a algunos países. Tuvieron el reconocimiento a nivel provincial en UVEXPO, exposición industrial de 1971, clasificada dentro de "industrias no convencionales". Pero también fue reconocida a nivel nacional por el CIDI (Centro de Investigaciones de Diseño Industrial) dependiente del INTI, entidad estatal, otorgándole la Etiqueta del "Buen Diseño".

Boccara, inicia sus actividades en un primer taller con muy pocos colaboradores, pero que tenían muy buen conocimiento del proceso. Básicamente su producción fue artesano-industrial, llegando a producir alrededor de 190.000 piezas en el año 1967.

Estas piezas se caracterizaban por tener materia prima de excelente calidad que la extraían de un yacimiento propio de Potrerillos (Luján de Cuyo), que luego de una molienda era procesada y cocinada a 1180°C por 12hs y poseía un proceso de secado de 24hs. Este proceso le daba a la pieza una gran dureza.

### **Capacidades para innovar**

Estas capacidades se refieren a las actividades que en la empresa, o fuera de ella, se realizan para poder innovar y este proceso debe ser autosustentable. En los casos de la motocicleta "Ramonot" y las piezas "Colbo", se pueden observar las distintas facetas de las capacidades de la innovación, según las expresan Arocena y Sutz:

1-"Capacidad para adquirir conocimiento nuevo": Es necesario tener conocimiento para poder innovar, aunque en ciertas áreas no es determinante, sin embargo, es necesario conocer más sobre lo que se está trabajando.

Así se puede ver en la "Ramonot" y en "Colbo" el conocer para cambiar, por lo que se relaciona con la capacidad de investigación. Inicialmente la Ramonot surge de la aplicación de un motor pequeño en un cuadro de bicicleta, al que deben seguir probando con diferentes secciones de caño, al que se le suma un sistema de encendido. Para el caso de Colbo, la investigación fue constante desde la materia prima, técnicas de moldeo y esmaltado de

piezas y análisis de la forma-función. Sin embargo, ninguno tiene registro de patente, salvo Colbo en el año 1996.

2-“Capacidad de utilizar y aplicar conocimiento”: Esta capacidad se relaciona con la anterior y tiene que ver con el aprendizaje en general. Se involucran las capacidades y oportunidades de aplicar el saber a determinados problemas para hallar una solución. Asimismo interesa su relación con las habilidades y conocimiento de sus operarios. Esta situación se observa claramente en los casos citados, requirieron de habilidades y competencias para adaptar y modificar el modelo inicial. Ambos objetos no se hubiesen logrado si Ramonot y Boccara no hubiesen tenido conocimiento y competencias para hacerlo, como también interesa quienes colaboraban en estas actividades.

3-“Capacidad para innovar”, es decir, la capacidad para modificar la manera de hacer las cosas o los objetos mismos. Esta capacidad está vinculada a las decisiones del mismo responsable de la firma, es decir, que de una decisión depende la asignación de recursos materiales y tecnológicos.

Esta capacidad es visible en ambos casos y lo que es importante agregar, en Ramonot lograron ver el sentido de la oportunidad en un problema. También el sentido de la oportunidad para ofrecer un producto nuevo y muy funcional, para Colbo

4-“Capacidad para estimular el dinamismo de la demanda interna de conocimientos e innovaciones”, en esta capacidad interviene como aspecto importante la demanda por innovaciones. Puede surgir por el mismo sector productivo siempre y cuando se encuentre inmerso en procesos continuos de modernización, también visualizado en los dos casos.

A pesar de existir varios años de diferencia, los cambios se sustentaron en base a la tecnología y en especial Colbo, se orientó a la calidad formal de sus productos y muy relacionado con la tecnología. También es importante mencionar que existieron permanentes cambios en la organización interna del taller, para optimizar recursos, espacio y tiempo. Colbo, con la sistematización de la producción a cargo de su hijo y la consideración del stock de piezas. Situación que también existió en Ramonot, para pasar de la producción de máquinas agrícolas a motocicletas.

5-“Capacidad para desarrollar especializaciones tecno-productivas dinámicas”:

Se puede visualizar en ambos casos. La familia Ramonot con su sociedad, sabían orientarse hacia la demanda, pero también conocían sus limitaciones, en cuanto a cantidad de vehículos que podían producir.

Esta capacidad debe atenderse con una mirada estratégica, no sólo desde el punto de vista de la empresa, sino del país o de la región, resultando de vital importancia “para hacer de la innovación una palanca de desarrollo” (Sutz, 2002, p45).

Si bien no son masivos los ejemplos en Mendoza que se pueden citar en estas décadas, pero son casos paradigmáticos porque llegaron a ser productos muy conocidos por la sociedad de ese momento, en los que se verifican las capacidades de innovación de la región y de la misma empresa. Por otro lado, estas capacidades fueron estimuladas y apoyadas por políticas públicas, es el sentido de fomentar el inicio de nuevas actividades productivas por medio de préstamos a bajas tasas, incentivos, exenciones, porque existía la necesidad de diversificar la producción.

También es interesante observar las relaciones que pueden existir entre la innovación, el aprendizaje y el conocimiento. Al respecto Freeman menciona que: “La innovación debe considerarse como un proceso interactivo en el que la empresa además de adquirir conocimiento mediante su propia experiencia en los procesos de diseño, desarrollo, producción y comercialización, aprende constantemente de sus relaciones con diversas

fuentes externas, entre las que se encuentran los proveedores, los consumidores y diversas instituciones, entre las que se hallan universidades, centros públicos de investigación, consultores o las propias empresas competidoras. Todas estas relaciones conforman un proceso complejo, con características diferentes para distintas tecnologías e industrias y que depende fuertemente del entorno de la empresa” (Freeman, 1998, p50).

Por lo tanto, las empresas en sus procesos de innovación no lo hacen de manera aislada, esas relaciones que se establecen generan un tejido en todas las direcciones hacia adentro de la empresa como hacia afuera, jugando un papel preponderante el proceso de comunicación y construcción del conocimiento.

### **Algunas Conclusiones**

A través del recorrido realizado por estas décadas se puede observar que el diseño industrial, como actividad proyectual ha sufrido cambios desde que se incorpora como una de las actividades de innovación en la industria argentina. Hoy, debería ser reconocido por la industria por su aporte como valor agregado al producto y como herramienta estratégica de competitividad.

Pero también en este recorrido, se puede observar el accionar de los diferentes actores (sociedad, sector productivo y estado) que intervienen en el proceso de innovación. Por lo que es importante comprender que estos diferentes actores cumplen en la dinámica innovativa un rol importante, que deben desempeñar acciones relacionadas y son los que determinan los cambios.

Por parte de la sociedad, los usuarios desempeñan un rol fundamental. Para poder contar con innovaciones que solucionen problemas, depende de la capacidad que tenga esa sociedad para estimular y para fortalecer el papel de los usuarios, en su relación con los que hacen innovaciones.

Por parte del sector empresarial, asumir que la innovación es fundamental y es una estrategia que les permite afrontar problemas de competitividad. Pero es importante también, que asuman que deben invertir en I+D, en definitiva en conocimiento, en know-how. Los empresarios deben asumir que importa tanto la tecnología dura como la tecnología blanda, ello es, capacitación, educación para sus empleados, nuevas formas de gestión y comercialización, en definitiva, es la incorporación del conocimiento al proceso de producción.

Por otro lado, comprender que no se innova en aislamiento, es vital establecer canales de comunicación confiables y duraderos, hacia adentro de la empresa como hacia afuera (proveedores, clientes, universidades). Estos vínculos que una firma establece con otras empresas o instituciones son centrales, para obtener información tecnológica, para lograr en lo posible establecer asociaciones, alianzas o acuerdos de cooperación y aprovechar las oportunidades del mercado.

Por parte del Estado, ser más activo, a través de políticas públicas orientadas a fortalecer la capacitación científico-tecnológica y la infraestructura en I+D. También orientadas al fomento de la innovación, debiendo ser entendidas como un conjunto de acciones que respondan a los diferentes aspectos relacionados con la innovación, que busque estimular las actividades de innovación.

Se debe considerar en primer lugar, a quienes están dirigidas o benefician estas políticas, es decir, que deben estar comprometidas con la sociedad. Sin olvidar el contexto, o sea, que esa sociedad posee una carga cultural y valores que la determinan. En relación a estos valores culturales y sociales, no extrapolar modelos de innovación de otras regiones. Se deben reconocer las fortalezas existentes, apoyarlas y aprender cómo hacerlas crecer.

## Referencias Bibliográficas

- Blanco, R. (2005) "Crónicas del Diseño Industrial en la Argentina". Ediciones Fadu. Bs As.
- Belini, C. (2009) "La industria Peronista. 1946-1955: políticas públicas y cambio estructural". Ed Edhasa. BsAs.
- Braconi, L. (2006) "Una mirada al pasado nos proyecta al futuro: Innovación y Diseño en la industria argentina". Revista Huellas.
- Braconi, L. (2006) "La problemática tecnológica, desarrollo e innovación. Implicancias en la industria Mendocina".
- Gay, A y Samar, L. (2004) "El diseño industrial en la historia" Ediciones Tec. Córdoba.
- Kosacoff, B. (1993) "La industria argentina, un proceso de reestructuración desarticulada". En: El desafío de la competitividad. La industria argentina en transformación" CEPAL. Editorial Alianza. BsAs.
- Martín, F. (1992) "Estado y empresa. Relaciones inestables". EDIUNC. Mendoza.
- Marí, M y Thomas, H (2000) "Ciencia y Tecnología en América Latina" UNQuilmes, B. Aires.
- Pérez Romagnoli, E (2005) "Metalurgia Artesano Industrial en Mendoza y San Juan". Fac de Filosofía y Letras. UNCuyo
- Sábato, J y Mackenzie, M (1982) "La producción de tecnología autónoma o transnacional", Ediciones Nueva Imagen, México.
- Sutz, J (2002) "Problemas avanzados de la innovación en América Latina", UNQuilmes, Bs As.
- Schvarzer, J (2000) "La industria que supimos conseguir. Una historia político social de la industria argentina". Ediciones Cooperativas. BsAs.

Fig 1:  
Moto Ramont



Fuente: Sr. Eduardo Rastilla

Fig 2: Vajillas Colbo



Fuente: Guón! Diseño Moderno

